

I 調査結果の概要

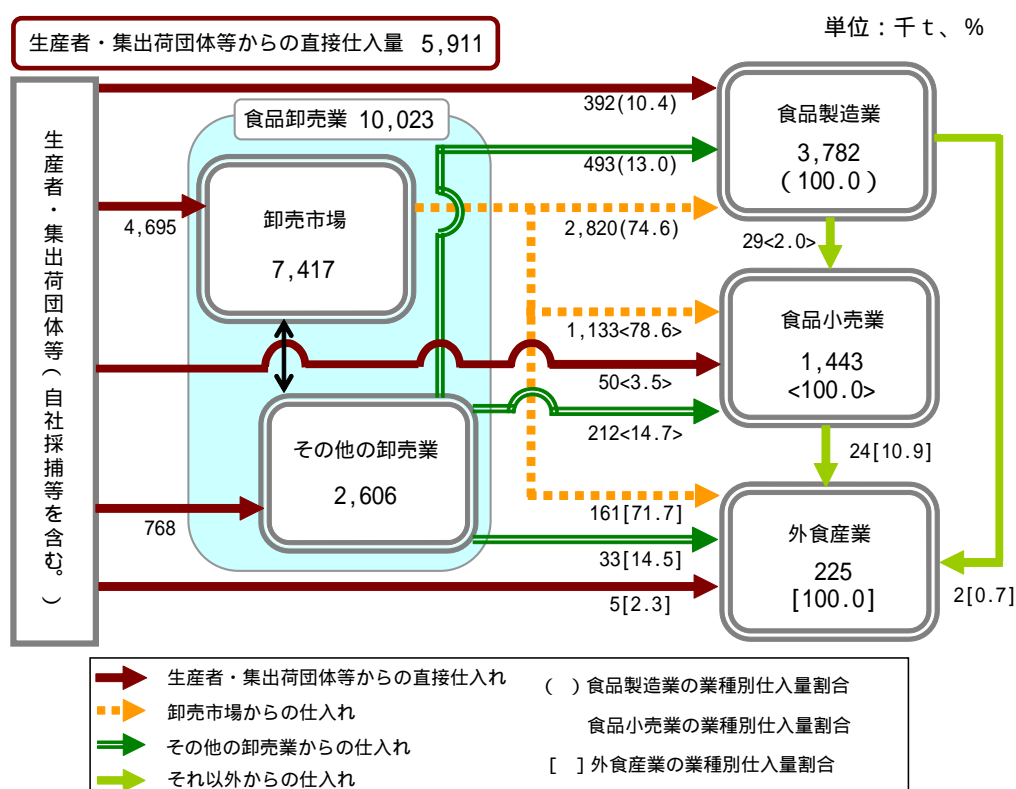
1 水産物国内流通構造調査

1 国内産水産物の流通経路

平成19年度の食品産業における国内産水産物の生産者・集出荷団体等からの直接仕入量は591万1千tであり、このうち卸売市場が469万5千tとなっている。

また、食品製造業、食品小売業、外食産業の仕入先をみると、卸売市場からの仕入量割合がそれぞれ74.6%、78.6%、71.7%と最も高くなっている。

図1 国内産水産物の主な流通経路（全国）（平成19年度）



注：1 生産者・集出荷団体等からの直接仕入量には、事業所自らが水産物の採捕・養殖等を行い自社調達したものを含む。

2 図中の数値は、食品卸売業のうち卸売市場、その他の卸売業、食品製造業、食品小売業及び外食産業における同業種間の流通を含む延べ仕入量であり、流通経路図の括弧内の数値は延べ仕入量に対する割合である。また、各業種ごとの仕入量割合の計は、主な流通経路を表記している又は表示単位未満を四捨五入しているため100%となっていない。

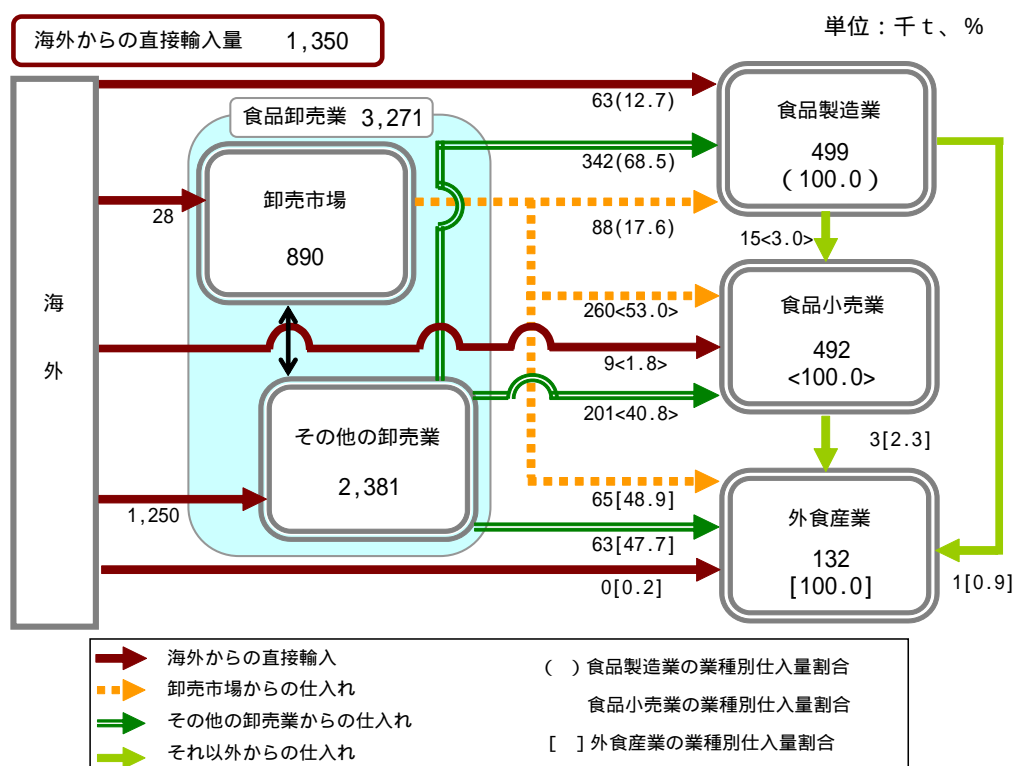
3 上の図には、直接消費者へ流通するもの等は含んでいない。また、食品卸売業における食品製造業からの仕入れ等の流通経路は表記していない。

2 輸入水産物の流通経路

水産物の海外からの直接輸入量は135万tであり、このうちその他の卸売業が125万tとなっている。

また、各業種別に仕入先別仕入量割合をみると、食品製造業では、その他の卸売業からの仕入れが68.5%、食品小売業では、卸売市場からが53.0%とそれぞれ最も高く、外食産業では、卸売市場、その他の卸売業からが48.9%、47.7%とほぼ同じ割合となっている。

図2 輸入水産物の主な流通経路（全国）（平成19年度）



注：1 □内の数値は、食品卸売業のうち卸売市場、その他の卸売業、食品製造業、食品小売業及び外食産業における同業種間の流通を含む延べ仕入量であり、流通経路図の括弧内の数値は延べ仕入量に対する割合である。また、各業種ごとの仕入量割合の計は、主な流通経路を表記している又は表示単位未満を四捨五入しているため100%となっていない。

2 上の図には、直接消費者へ流通するもの等は含んでいない。また、食品卸売業における食品製造業からの仕入れ等の流通経路は表記していない。

3 前回（平成15年度）結果との比較

(1) 国内産水産物の仕入状況

国内産水産物の仕入先別仕入量割合について前回（平成15年度）結果と比べると、食品製造業及び外食産業では、卸売市場からの仕入れが16.3ポイント、11.1ポイントそれぞれ上昇している。また、食品小売業では、卸売市場からの仕入れが2.5ポイント低下し、その他の卸売業からが7.0ポイント上昇している。

表1 国内産水産物の仕入先別仕入量割合（全国）

業種	計	生産者・集出荷団体等	食品卸売業		食品製造業	食品小売業
			卸売市場	その他の卸売業		
食品製造業						
平成19年度	100.0	10.4	74.6	13.0	2.0	0.0
15年度	100.0	17.4	58.3	13.6	10.2	0.5
対差(ポイント)	-	7.0	16.3	0.6	8.2	0.5
食品小売業						
平成19年度	100.0	3.5	78.6	14.7	2.0	1.3
15年度	100.0	7.3	81.1	7.7	3.7	0.4
対差(ポイント)	-	3.8	2.5	7.0	1.7	0.9
外食産業						
平成19年度	100.0	2.3	71.7	14.5	0.7	10.9
15年度	100.0	5.0	60.6	13.5	2.6	18.2
対差(ポイント)	-	2.7	11.1	1.0	1.9	7.3

注：1 平成15年度結果は、『平成16年食品流通構造調査（水産物調査）』による。

2 仕入量割合については、表示単位未満を四捨五入しているため、計と内訳の積上げが一致しないものがある。

（注1、2とも表2において同じ。）

(2) 輸入水産物の仕入状況

輸入水産物の仕入先別仕入量割合について前回（平成15年度）結果と比べると、食品製造業、食品小売業及び外食産業いずれについてもその他の卸売業からの仕入れが17.3ポイント、12.0ポイント、10.2ポイント上昇している。また、食品製造業及び食品小売業では、卸売市場からの仕入れが16.9ポイント、5.9ポイントそれぞれ低下し、外食産業では、9.3ポイント上昇している。

表2 輸入水産物の仕入先別仕入量割合（全国）

業種	計	自社直接輸入	食品卸売業		食品製造業	食品小売業
			卸売市場	その他の卸売業		
食品製造業						
平成19年度	100.0	12.7	17.6	68.5	1.2	-
15年度	100.0	9.4	34.5	51.2	4.8	0.0
対差(ポイント)	-	3.3	16.9	17.3	3.6	0.0
食品小売業						
平成19年度	100.0	1.8	53.0	40.8	3.0	1.5
15年度	100.0	3.6	58.9	28.8	7.6	0.9
対差(ポイント)	-	1.8	5.9	12.0	4.6	0.6
外食産業						
平成19年度	100.0	0.2	48.9	47.7	0.9	2.3
15年度	100.0	0.5	39.6	37.5	4.9	17.5
対差(ポイント)	-	0.3	9.3	10.2	4.0	15.2

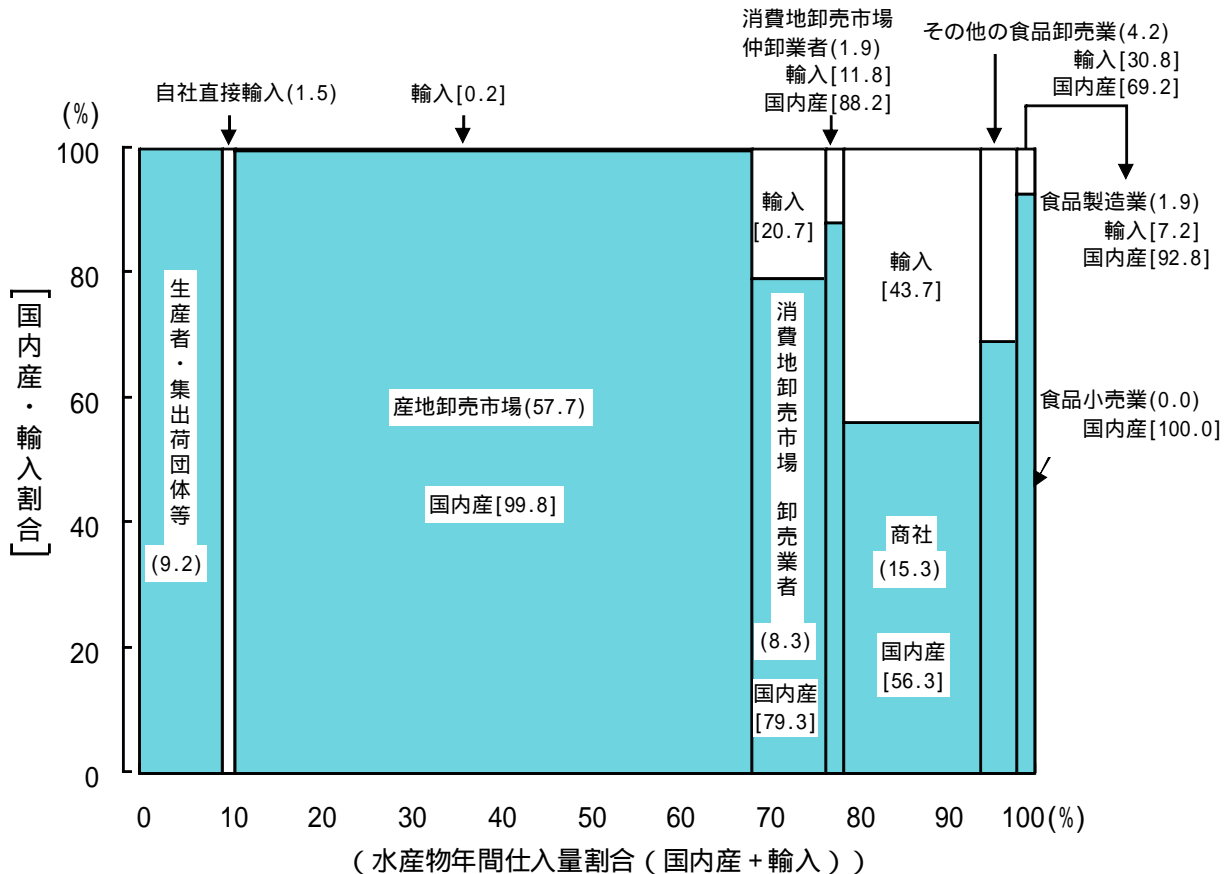
4 水産物の業種（小分類）別の仕入状況

(1) 食品製造業

ア 食品製造業における水産物の仕入先別仕入量割合をみると、産地卸売市場からの仕入れが57.7%と最も高く、次いで商社からが15.3%となっている。

このうち、各仕入先における国内産、輸入別の仕入量割合をみると、産地卸売市場からの仕入れでは国内産99.8%、輸入0.2%、商社では国内産56.3%、輸入43.7%となっている。

図3 食品製造業における水産物（国内産及び輸入）仕入先別仕入量割合（全国）（平成19年度）



注：（ ）内は、食品製造業の水産物年間仕入量（国内産+輸入）に対する仕入量割合である。また、[]内は各仕入先における国内産、輸入別の仕入量割合である。

イ 水産物の国内産、輸入別の仕入状況について業種小分類別にみると、水産食品製造業では国内産の割合が約9割であるのに対し、その他の食料品製造業では約5割となっている。

図4 食品製造業における水産物の国内産・輸入別仕入量割合（全国）（平成19年度）

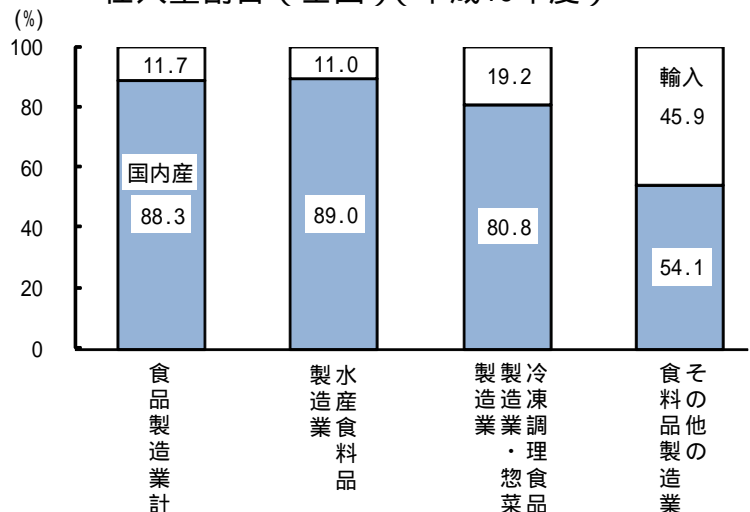


表3 食品製造業における水産物（国内産及び輸入）の業種（小分類）別
仕入量及び仕入先別仕入量割合（全国）（平成19年度）

単位 { 仕入量：千t
割合：%

業種	年間仕入量	仕入先別仕入量（仕入量割合）									
		生産者・ 集出 団体	自 社 直 接 輸 入	食 品 卸 売 業						食 品 製 造 業	食 品 小 売 業
				卸 売 市 場			その他の卸売業				
				産 地 卸 売 市 場	消 費 地 卸 売 市 場	仲 卸 業 者	商 社	そ の 他 の 食 品 卸 売 業			
仕入量											
食品製造業計	4 281	392	63	2 472	355	82	655	179	83	0	
国内産	3 782	392	-	2 467	281	72	369	124	77	0	
輸入	499	-	63	5	74	10	286	55	6	-	
水産食料品製造業	4 119	391	63	2 424	348	53	611	154	75	0	
国内産	3 667	391	-	2 420	278	43	354	111	70	0	
輸入	452	-	63	3	70	9	258	44	5	-	
冷凍調理食品製造業 ・惣菜製造業	102	1	-	46	2	14	17	16	6	0	
国内産	83	1	-	46	1	14	4	10	6	0	
輸入	20	-	-	-	1	-	13	5	0	-	
その他の食料品 製 造 業	60	0	-	2	5	15	27	10	2	0	
国内産	33	0	-	0	2	15	11	4	0	0	
輸入	28	-	-	1	3	1	16	6	1	-	
仕入量割合											
食品製造業計	100.0	9.2	1.5	57.7	8.3	1.9	15.3	4.2	1.9	0.0	
国内産	88.3	100.0	-	99.8	79.3	88.2	56.3	69.2	92.8	100.0	
輸入	11.7	-	100.0	0.2	20.7	11.8	43.7	30.8	7.2	-	
水産食料品製造業	100.0	9.5	1.5	58.8	8.4	1.3	14.8	3.7	1.8	0.0	
国内産	89.0	100.0	-	99.9	79.9	82.7	57.8	71.6	93.9	100.0	
輸入	11.0	-	100.0	0.1	20.1	17.3	42.2	28.4	6.1	-	
冷凍調理食品製造業 ・惣菜製造業	100.0	1.2	-	45.2	1.8	14.0	16.4	15.2	6.3	0.0	
国内産	80.8	100.0	-	100.0	49.4	100.0	21.6	64.8	98.3	100.0	
輸入	19.2	-	-	-	50.6	-	78.4	35.2	1.7	-	
その他の食料品 製 造 業	100.0	0.3	-	2.9	8.1	25.2	45.0	15.9	2.7	0.0	
国内産	54.1	100.0	-	25.8	42.6	96.0	42.0	37.3	23.3	100.0	
輸入	45.9	-	-	74.2	57.4	4.0	58.0	62.7	76.7	-	

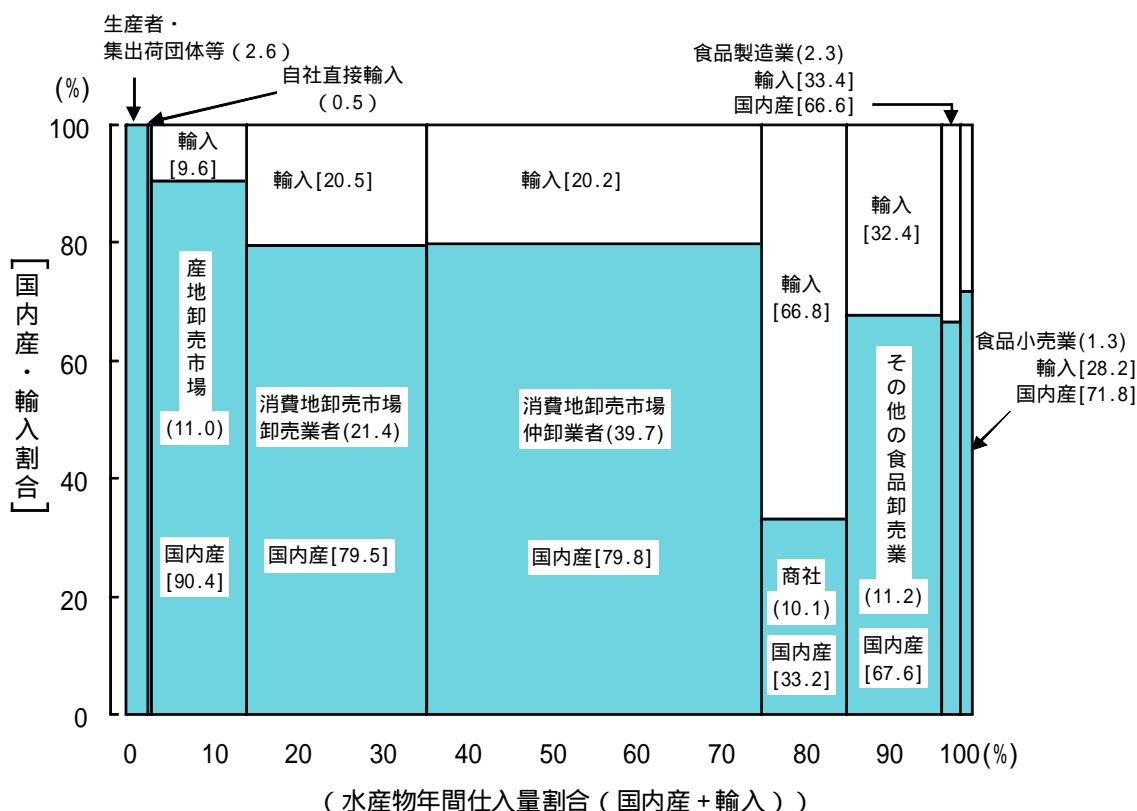
- 注：1 仕入量とは、同業種間の流通を含む延べ仕入量である。
2 業種計及び各業種小分類における仕入量割合は、それぞれの年間仕入量（国内産＋輸入）に対する割合である。
3 国内産・輸入の仕入量割合は、各仕入先別仕入量に占める国内産（または輸入）の割合である。
4 表の値については、表示単位未満を四捨五入しているため、計と積み上げの一致しないものがある。
（注1について表4に同じ。注2～4について表4、表5に同じ。）

(2) 食品小売業

ア 食品小売業における水産物の仕入先別仕入量割合をみると、消費地卸売市場仲卸業者からの仕入れが39.7%と最も高く、次いで消費地卸売市場卸売業者からが21.4%、その他の食品卸売業からが11.2%となっている。

このうち、各仕入先における国内産、輸入別の仕入量割合をみると、消費地卸売市場仲卸業者からの仕入れでは国内産79.8%、輸入20.2%、消費地卸売市場卸売業者では国内産79.5%、輸入20.5%、その他の食品卸売業では国内産67.6%、輸入32.4%となっている。

図5 食品小売業における水産物（国内産及び輸入）仕入先別仕入量割合（全国）（平成19年度）



注：（ ）内は、食品小売業の水産物年間仕入量（国内産＋輸入）に対する仕入量割合である。また、[]内は各仕入先における国内産、輸入別の仕入量割合である。

図6 食品小売業における水産物の国内産・輸入別仕入量割合（全国）（平成19年度）

イ 水産物の国内産、輸入別の仕入状況について業種小分類別にみると、百貨店・総合スーパーでは輸入品の割合が約3割となっており、その他の飲食料品小売業では約2割となっている。

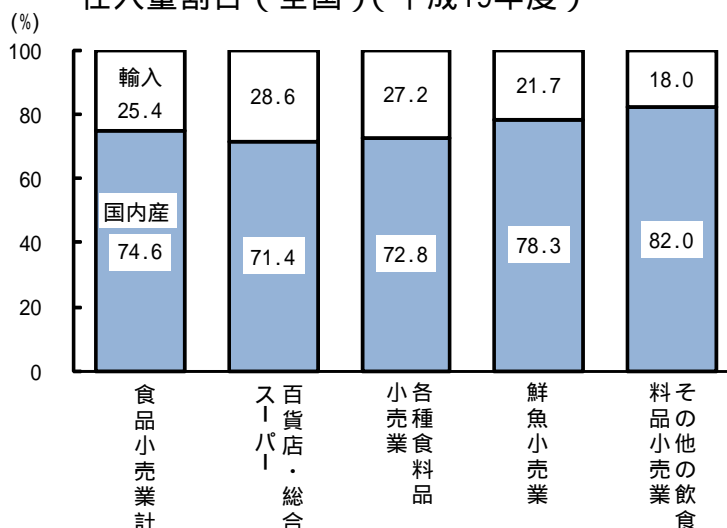


表4 食品小売業における水産物（国内産及び輸入）の業種（小分類）別
仕入量及び仕入先別仕入量割合（全国）（平成19年度）

単位 { 仕入量：千t
割合：%

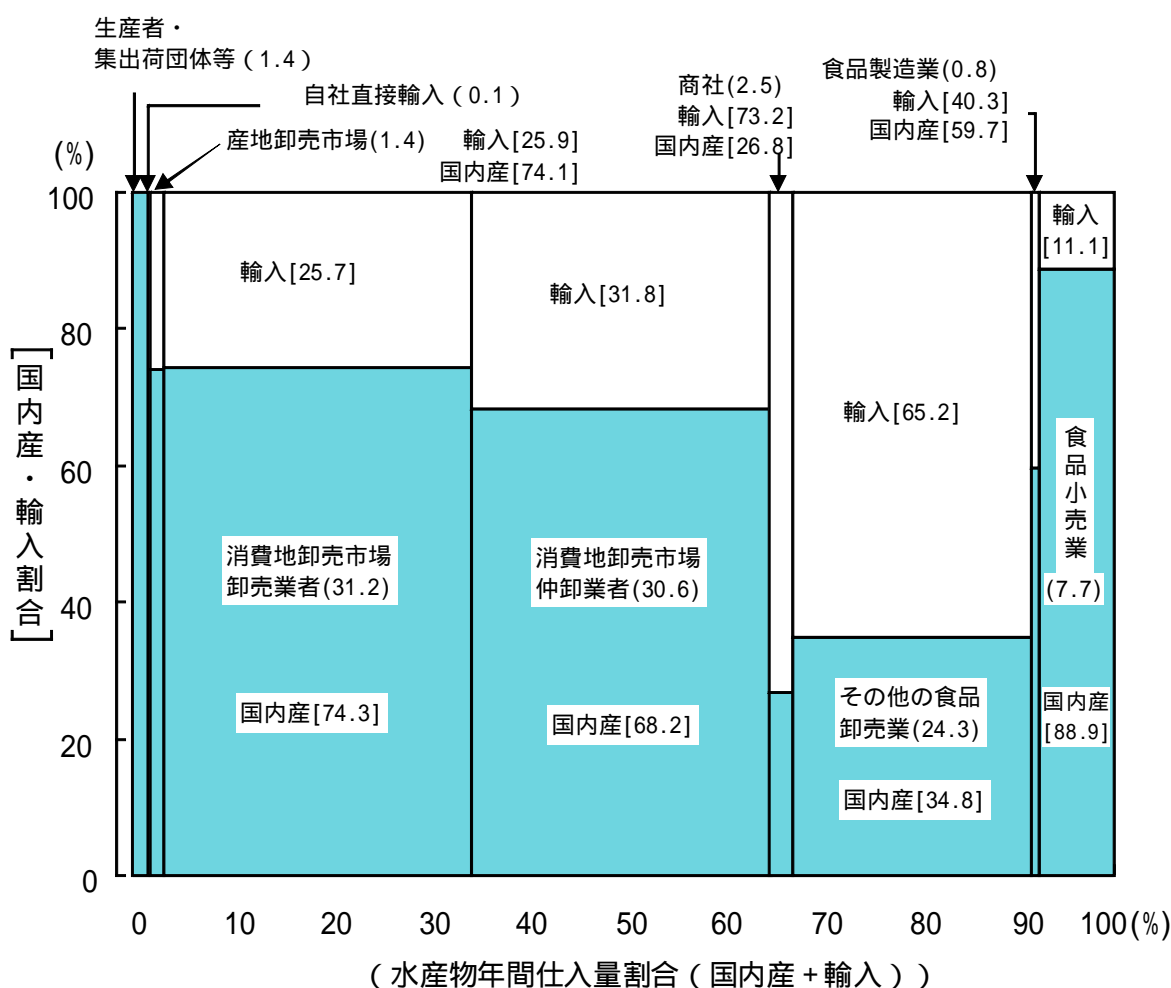
業種	年間仕入量	仕入先別仕入量（仕入量割合）								
		生産者・ 集出荷 団体等	自 社 直 接 輸 入	食 品 卸 売 業					食 品 製 造 業	食 品 小 売 業
				卸 売 市 場			その他の卸売業			
				産 地 卸 売 市 場	消 費 地 卸 売 市 場		商 社	そ の 他 の 食 品 卸 売 業		
卸 売 業 者	仲 卸 業 者									
仕 入 量										
食品小売業計	1 935	50	9	213	414	767	195	217	44	26
国内産	1 443	50	-	192	329	612	65	147	29	18
輸 入	492	-	9	20	85	155	130	70	15	7
百貨店・総合 スーパー	420	8	6	51	85	133	63	64	11	0
国内産	300	8	-	44	73	107	19	40	9	0
輸 入	120	-	6	7	11	26	44	24	2	0
各種食料品小売業	943	20	3	95	200	414	107	73	27	5
国内産	687	20	-	87	152	325	41	43	16	4
輸 入	256	-	3	9	48	89	65	30	12	1
鮮魚小売業	330	21	0	51	72	147	19	16	2	3
国内産	258	21	-	48	55	119	1	13	2	1
輸 入	72	-	0	3	16	29	18	3	0	2
その他の飲食料品 小 売 業	241	3	-	15	58	73	7	65	3	18
国内産	197	3	-	14	48	61	4	52	2	14
輸 入	43	-	-	1	10	12	3	13	0	4
仕 入 量 割 合										
食品小売業計	100.0	2.6	0.5	11.0	21.4	39.7	10.1	11.2	2.3	1.3
国内産	74.6	100.0	-	90.4	79.5	79.8	33.2	67.6	66.6	71.8
輸 入	25.4	-	100.0	9.6	20.5	20.2	66.8	32.4	33.4	28.2
百貨店・総合 スーパー	100.0	1.8	1.4	12.2	20.2	31.7	15.0	15.1	2.6	0.0
国内産	71.4	100.0	-	85.8	86.6	80.6	29.8	62.9	78.8	96.7
輸 入	28.6	-	100.0	14.2	13.4	19.4	70.2	37.1	21.2	3.3
各種食料品小売業	100.0	2.1	0.3	10.1	21.2	43.9	11.3	7.7	2.9	0.5
国内産	72.8	100.0	-	90.9	76.2	78.5	38.7	58.4	58.0	79.5
輸 入	27.2	-	100.0	9.1	23.8	21.5	61.3	41.6	42.0	20.5
鮮魚小売業	100.0	6.2	0.1	15.4	21.7	44.6	5.7	4.7	0.7	0.9
国内産	78.3	100.0	-	93.4	77.2	80.6	3.2	81.3	89.2	36.5
輸 入	21.7	-	100.0	6.6	22.8	19.4	96.8	18.7	10.8	63.5
その他の飲食料品 小 売 業	100.0	1.1	-	6.3	23.9	30.3	2.9	27.0	1.1	7.5
国内産	82.0	100.0	-	92.5	83.2	84.0	59.5	79.4	84.7	75.9
輸 入	18.0	-	-	7.5	16.8	16.0	40.5	20.6	15.3	24.1

(3) 外食産業

外食産業における水産物の仕入先別仕入量割合をみると、消費地卸売市場卸売業者からの仕入れが31.2%と最も高く、次いで消費地卸売市場仲卸業者からが30.6%、その他の食品卸売業からが24.3%となっている。

このうち、各仕入先における国内産、輸入別の仕入量割合をみると、消費地卸売市場卸売業者からの仕入れでは国内産74.3%、輸入25.7%、消費地卸売市場仲卸業者では国内産68.2%、輸入31.8%、その他の食品卸売業では国内産34.8%、輸入65.2%となっている。

図7 外食産業における水産物（国内産及び輸入）仕入先別仕入量割合（全国）（平成19年度）



注：（ ）内は、外食産業の水産物年間仕入量（国内産+輸入）に対する仕入量割合である。また、[]内は各仕入先における国内産、輸入別の仕入量割合である。

表5 外食産業における水産物（国内産及び輸入）の仕入量及び仕入先別仕入量割合（全国）（平成19年度）

業種	年間仕入量	仕入先別仕入量（仕入量割合）										食品製造業		食品小売業
		生産者・集出荷団体等		自社直接輸入		食品卸売業					食品製造業	食品小売業		
		産地卸売市場	消費地卸売市場卸売業者	消費地卸売市場仲卸業者	商社	その他の卸売業								
						その他の食品卸売業								
外食産業計	357(100.0)	5 (1.4)	0 (0.1)	5 (1.4)	111 (31.2)	109 (30.6)	9 (2.5)	87 (24.3)	3 (0.8)	28 (7.7)				
国内産	225 (63.0)	5(100.0)	- (-)	4 (74.1)	83 (74.3)	74 (68.2)	2 (26.8)	30 (34.8)	2 (59.7)	24 (88.9)				
輸入	132 (37.0)	- (-)	0(100.0)	1 (25.9)	29 (25.7)	35 (31.8)	7 (73.2)	56 (65.2)	1 (40.3)	3 (11.1)				

5 水産物の仕入事業所数割合

(1) 国内産及び輸入水産物

ア 国内産水産物の仕入先別事業所数割合をみると、食品製造業ではその他の食品卸売業から仕入れている事業所が33.1%、食品小売業では消費地卸売市場仲卸業者から仕入れている事業所が55.5%とそれぞれ最も高くなっており、外食産業では、その他の食品卸売業、食品小売業からの仕入れが37.9%、37.2%とほぼ同じ割合となっている。

イ 輸入水産物については、食品製造業では商社から仕入れている事業所が44.7%、食品小売業では消費地卸売市場仲卸業者から仕入れている事業所が57.5%、外食産業ではその他の食品卸売業から仕入れている事業所が44.3%とそれぞれ最も高くなっている。

表6 国内産及び輸入水産物の仕入先別事業所数割合（全国）（平成19年度）

単位：%

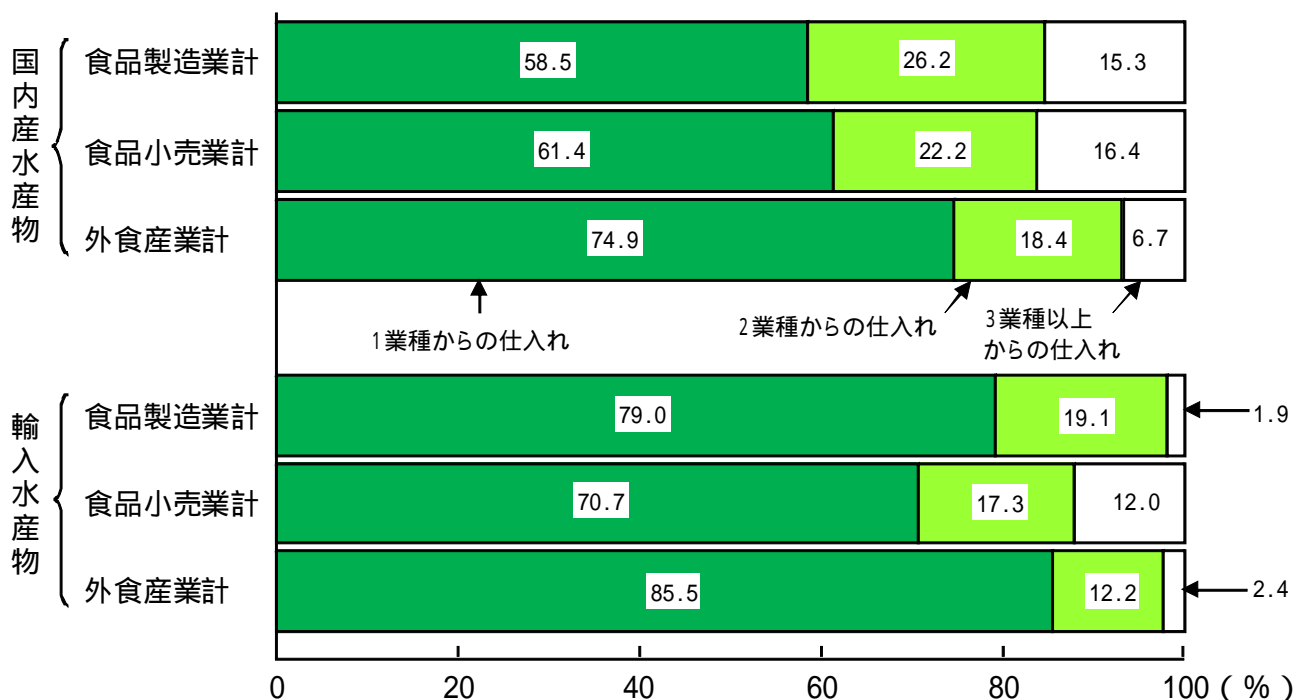
業種	仕入先別事業所数割合								
	生産者・ 集出荷 団体等	自 社 直接輸入	食品卸売業					食品製造業	食品小売業
			卸売市場			その他の卸売業			
			産地 卸売市場	消費地 卸売業者	仲卸業者	商社	その他の 食品卸売業		
国内産水産物									
食品製造業計	22.4	-	32.6	20.8	14.8	16.5	33.1	17.8	3.6
食品小売業計	10.5	-	27.2	37.9	55.5	8.5	24.3	8.2	4.7
外食産業計	5.2	-	2.9	16.3	30.0	4.4	37.9	4.4	37.2
輸入水産物									
食品製造業計	-	2.9	5.3	16.8	13.5	44.7	34.4	5.5	-
食品小売業計	-	1.5	11.6	37.0	57.5	12.8	22.3	7.9	2.9
外食産業計	-	1.3	2.6	13.6	24.9	9.2	44.3	2.7	29.4

注：仕入先が複数ある事業所があるため、仕入先別事業所数割合の計は100%にならない。

ウ 国内産水産物の仕入先業種数別事業所数割合をみると、食品製造業、食品小売業では複数業種（2業種及び3業種以上）から仕入れている割合が41.5%、38.6%と約4割を占め、外食産業の25.1%と比べて高くなっている。

また、輸入水産物については、食品小売業では複数業種から仕入れている割合が29.3%と約3割を占め、食品製造業、外食産業と比べて高くなっている。

図8 国内産及び輸入水産物の仕入先業種数別事業所数割合（全国）（平成19年度）



(2) 輸入一次加工原料水産物

輸入一次加工原料水産物の仕入先別事業所数割合をみると、食品製造業では商社から仕入れている事業所が36.1%、外食産業ではその他の食品卸売業から仕入れている事業所が38.7%とそれぞれ最も高くなっている。

表7 輸入一次加工原料水産物の仕入先別事業所数割合（全国）（平成19年度）

単位：%

業種	仕入先別事業所数割合							食品製造業	食品卸売業	
	自社 直接輸入	食品卸売業					食品製造業			食品卸売業
		卸売市場		その他の卸売業						
		産地 卸売市場	消費地 卸売業者	仲卸業者	商社	その他の 食品卸売業				
食品製造業計	1.3	2.2	23.6	11.4	36.1	29.3	12.5	4.1		
外食産業計	-	3.8	11.9	17.1	5.5	38.7	6.1	29.5		

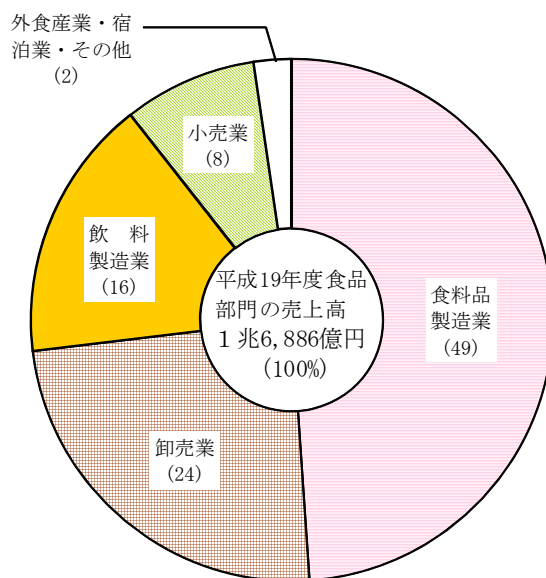
I - 2 海外進出企業調査

1 食品部門の売上高

平成19年度の東アジア地域において食品を取り扱う現地法人の食品部門の売上高は1兆6,886億円となった。

(1) 業種別の売上高割合をみると、食料品製造業（全体に占める割合49%）が最も高く、卸売業（24%）、飲料製造業（16%）、小売業（8%）の順となっている。

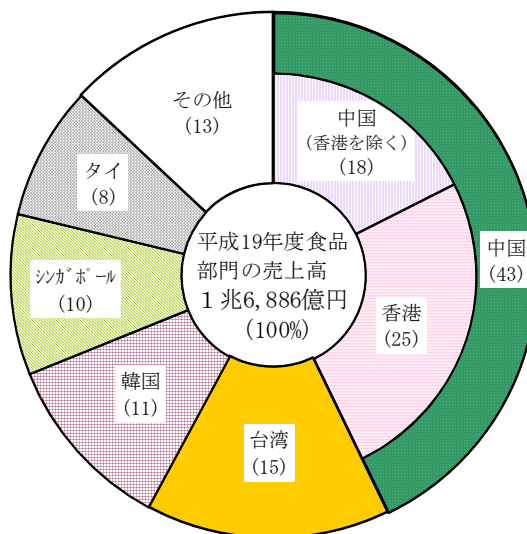
図10 食品部門の業種別売上高割合



注： 487現地法人のうち、食品部門の売上高の回答があった449現地法人についての業種別売上高割合である。

(2) 国別の売上高割合をみると、中国（全体に占める割合43%）が最も高く、台湾（15%）、韓国（11%）の順となっている。

図11 食品部門の国別売上高割合



注： 487現地法人のうち、食品部門の売上高の回答があった449現地法人についての国別・地域別売上高割合である。

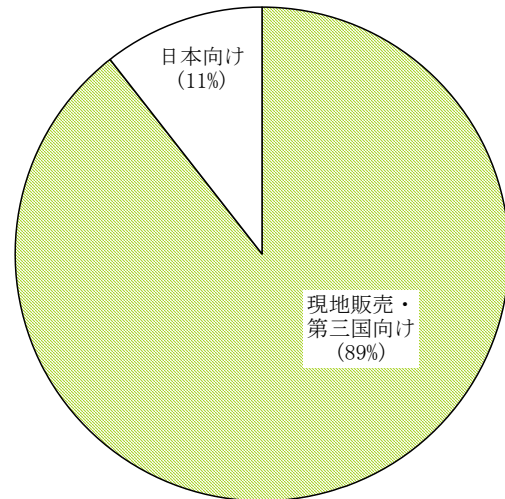
東アジア地域

本調査の東アジア地域とは、中国、台湾、韓国、シンガポール、マレーシア、タイ、フィリピン、インドネシア、ベトナム、ラオス、カンボジア、ミャンマー、ブルネイ及びインドの14か国・地域をいう。

2 食品の販売先別売上高割合

食品の販売先別売上高割合をみると、現地販売・第三国向けが全体の89%となっており、日本国外での販売が主となっている。

図12 食品の販売先別売上高割合(平成19年度)

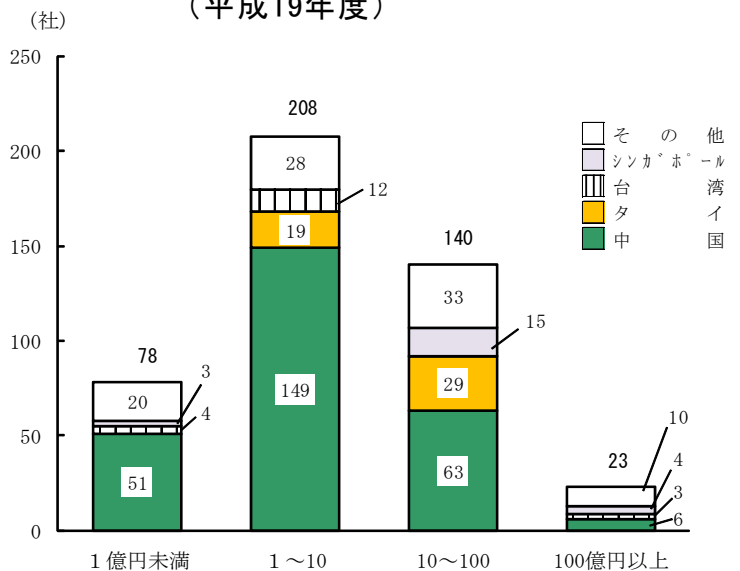


注： 487現地法人のうち、食品部門の売上高の回答があった449現地法人についての販売先別売上高割合である。

3 食品の売上高規模別現地法人数

食品の売上高規模別現地法人数をみると、1億円～10億円の階層が208社と最も多く、10億円～100億円が140社となっている。

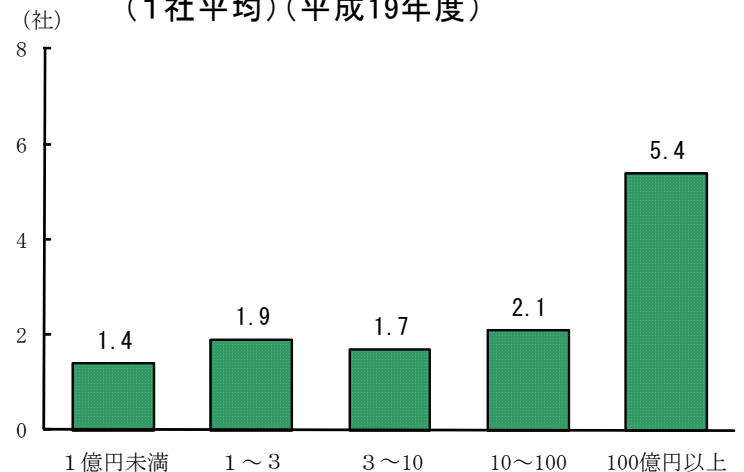
図13 食品の売上高規模別現地法人数(平成19年度)



4 本社企業の資本金規模別平均現地法人数

本社企業1社当たりの現地法人数を本社資本金規模別にみると、100億円以上の階層が5.4社と最も多くなっている。

図14 本社企業の資本金規模別平均現地法人数(1社平均)(平成19年度)



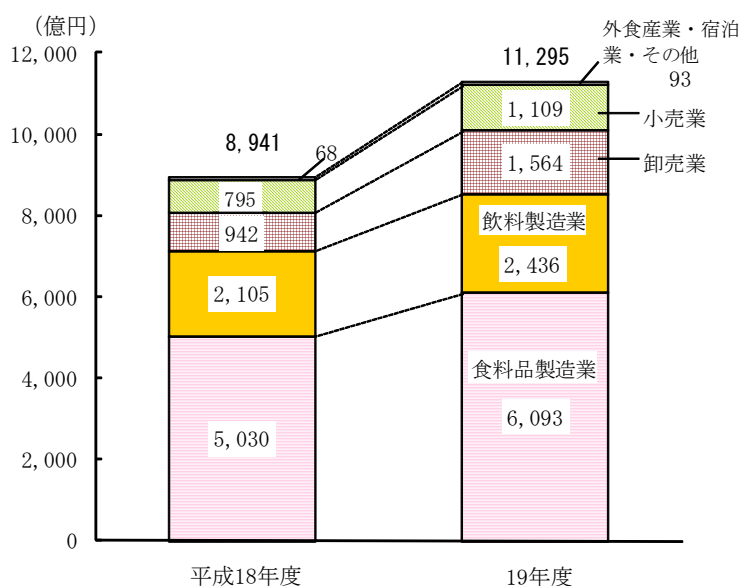
5 前年結果との比較

本年及び前年調査ともに回答が得られた221現地法人について、前年比較した。

平成19年度の東アジア地域における食品を取り扱う現地法人の食品部門の売上高は、1兆1,295億円となり、平成18年度と比べて26%増加した。

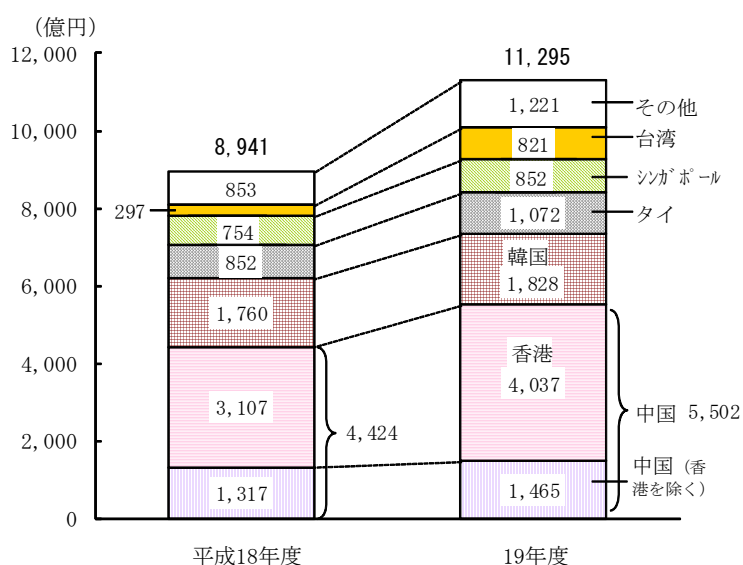
- (1) 業種別の売上高をみると、いずれの業種でも前年度に比べ増加しており、食料品製造業の伸びが大きくなっている。

図15 食品部門の業種別売上高(221現地法人)



- (2) 国別の売上高をみると、いずれの国・地域でも前年度に比べ増加しており、中国の伸びが最も大きくなっている。

図16 食品部門の国別売上高(221現地法人)



(3) 国別の売上高割合をみると、台湾の比率が4ポイント上昇し、韓国の比率が4ポイント低下している。

図17 食品部門の国別売上高割合(221現地法人)

